

¿Por qué exponen los artistas?

Las significaciones que los artistas le dan a las exposiciones de arte visual
en la ciudad de La Plata

Basallo, Constanza
Manzolido, Eugenia
Zarate, Mariana
Zappelli, Julia

Resumen

El presente trabajo comienza con observaciones de los espacios de exposición en el Centro Cultural Islas Malvinas, en los que encontramos diferentes sentidos y usos que los artistas le atribuyen a las exposiciones. Nos encontramos con que los espacios de exposición se conformaban como eventos sociales y en ellos participaban distintos “circuitos” dentro del campo del Arte Visual. Las inauguraciones aparecían entonces como un espacio de sociabilidad, en el que se disputa el poder diversos actores y se juegan intereses y significaciones que no competen exclusivamente a la obra. A las referidas observaciones sumamos entrevistas en profundidad a actores del entorno indagando sobre temáticas como el público y su relación con el arte en las exposiciones, los diferentes tipos de exposiciones según el espacio donde se realicen, el uso que los artistas le dan a las exposiciones, las inauguraciones y el momento que configuran dentro de las exposiciones, la difusión de las mismas, su diferenciación con las galerías de arte, y el acceso a ellas, por parte de los artistas.

Palabras clave: Circuito- inauguraciones- producción restringida- exposiciones- arte-cultura- significaciones.

“(...) El mundo del arte es un juego en el cual lo que está en juego es la cuestión de saber quién tiene derecho de decirse artista y, sobretudo, de decir quién es artista. Se trata de una definición que no llega a ser una definición, y que tiene el mérito de la trampa de la definición, sin perder de vista que es ella la que está en juego en el campo artístico”
(Bourdieu, 2014: 5).

Introducción

La realización del trabajo a presentar se dio en el marco de la cursada de Metodología II de la carrera de Sociología de la Universidad Nacional de La Plata.

En la ciudad de La Plata existen diferentes espacios donde se expone arte visual tales como galerías, la sala Pettoruti del Teatro Argentino, el Museo de Arte Contemporáneo Latinoamericano de La Plata (MACLA), el Pasaje Dardo Rocha, la sala de exposición de OSDE, el Centro Cultural Islas Malvinas, el Museo Pettoruti, etc. Con arte visual nos referimos a pintura, grabado e instalaciones con sus diversas vanguardias y técnicas, ya que no podemos enmarcar en un nombre lo que estos artistas hacen según sus propios discursos. Al acercarnos a uno de estos lugares, el Centro Cultural Islas Malvinas, nos encontramos con un mundo que desconocíamos, en el que no sólo hay visitantes que se acercan al lugar a ver arte porque allí es donde los artistas muestran su obra, sino que comenzaron a aparecer diferentes sentidos y usos que se les daba a los espacios de exposición.

Particularmente en las inauguraciones (cuando la exposición es presentada por el o los artistas) es donde descubrimos que se conforma un espacio de sociabilidad, en el que aparecen diversos actores y se juegan intereses que no competen exclusivamente a la obra. Este momento suele realizarse al anochecer, y presenta un clima de festividad, en el que el público está vestido formalmente y al que se le ofrece aperitivos. Las personas hablan entre sí de temas variados, se sacan fotos, parecen tener vínculos previos entre ellos y con el artista y generan un ambiente relajado y de comodidad. Observando esto, queremos profundizar en las significaciones que los artistas le atribuyen a este espacio.

Abordaremos el problema a partir de algunas entrevistas en profundidad a artistas plásticos y otros actores vinculados a los espacios de exposición, y observaciones participantes en el Centro Cultural Islas Malvinas. Así, indagaremos en distintas temáticas como el público y su relación con el arte en las exposiciones, los diferentes tipos de exposiciones según el espacio donde se realicen, el uso que los artistas le dan a las exposiciones, las inauguraciones y el momento que configuran dentro de las exposiciones, la

difusión de las mismas, su diferenciación con las galerías de arte, y el acceso a ellas, por parte de los artistas.

El desarrollo del trabajo estará ordenado en tres ejes principales que abarcarán varios temas. Primero desarrollaremos el uso del espacio, haciendo una contraposición entre exposición y exhibición, profundizaremos en los diferentes espacios en los que se expone y cerraremos este eje con los conceptos de sociabilidad y circuito, que nos permiten hablar de la dinámica con la que se utilizan estos espacios. De esta dinámica desprendemos el segundo eje, sobre el acceso a las exposiciones, donde tomaremos en consideración la trayectoria del artista, la difusión de las exposiciones y su espacialidad. Por último prestaremos atención al mercado del arte y cómo se juega la lógica económica en el mundo artístico, problematizándolo en relación a los artistas y su propio sustento económico.

Metodología:

Nos acercamos al campo realizando observaciones participantes en el Centro Cultural Islas Malvinas. Lo seleccionamos porque a través de su carácter público consideramos que permite un fácil acceso en cuanto lo económico y lo espacial. Este centro tiene la particularidad de utilizarse para diversas actividades, pero nos acotamos a las salas de exposiciones de arte.

Nuestro objetivo en las primeras visitas era observar y caracterizar el público que visitaba las exposiciones, ver cómo se relacionaba con las obras, pensando en la función que tenía el espacio en la ciudad y cómo era apropiado por parte de los visitantes.

En estas observaciones tomamos una posición semejante a uno de los tipos ideales de rol de Gold (1958), que es el “observador completo”, caracterizado por no interactuar y observar intentando pasar inadvertido, pero también nos posicionamos como “participante como observador”, en el que tanto el observado como el investigador saben que tienen una relación de campo.

En un principio, esbozamos hipótesis sobre las diferencias económicas, y con ello el acceso cultural como un privilegio de clase, siguiendo la idea de Bourdieu sobre que la clase culta es el público predominante de las obras culturales (Bourdieu, 2014). En esta misma línea consideramos indagar acerca del uso del tiempo libre con fines culturales y sobre el aprovechamiento de este espacio público, sin limitarnos a las exposiciones de arte sino observando la totalidad de las actividades del Centro. Unas pocas visitas nos alcanzaron para

notar que debíamos acotar nuestro campo, por lo que decidimos restringirnos solo a las salas de exposición. En base a que en días de semana no encontramos visitantes, supusimos que los hallaríamos los días de inauguración. Esto lo consideramos viable por un folleto que encontramos en el lugar que indicaba que todos los viernes del mes habría distintas inauguraciones. Así fue que asistimos a todas las inauguraciones del mes de Mayo del año 2015.

Cuando nos acercamos a la primera inauguración, esperábamos que los visitantes estuvieran atentos a la obra y que las conversaciones giraran en torno a ella, así como que hubiera un número significativo de personas desconocidas entre ellas y con el artista. Nos encontramos con un ambiente muy diferente, en el que las personas se conocían entre sí, conversaban de cuestiones personales, ajenas a la obra, comentaban cómo habían llegado y la importancia de asistir. Resultó ser un evento social desconocido para nosotras y que lo configuramos como problemática a investigar.

Empezando a participar de esos espacios de inauguración recientemente descubiertos¹, buscamos gente que hubiéramos visto regularmente para poder entrevistar. En el transcurso de esta búsqueda hablamos con el Coordinador de música del Centro Cultural, que nos dijo que era “obvio” que la gente que asistía a las muestras no iba solo a ver las obras de arte, y que era parte del “círculo de la exposición”, haciendo una equivalencia con lo que pasaba en el ambiente de la música, al que él decía pertenecer. Esta afirmación, tan evidente para él pero no para nosotras, que no pertenecemos a este ámbito, nos llevó a preguntarnos por la existencia de “un círculo” y qué es lo que sucedía en él.

Así, realizamos nuestra primera entrevista a Marcelo, un artista plástico de alrededor de cincuenta años, que se dedica a la figuración y a dar clases particulares de arte. Estudió Magisterio en artes visuales en la Escuela de Arte de Berisso. Lo encontramos entre el público de la inauguración de la muestra de Piergiacomini y Morales. En esta entrevista nos presentamos como totalmente desconocedoras de la materia, lo cual nos parece importante remarcar porque creemos que este hecho fue el que nos permitió acceder a información que de otra manera no nos hubiese sido dada, ya que el entrevistado se colocó no solo en el rol de experto, sino también en el de maestro. Partiendo de eso, pudimos establecer una relación

1 “Muestra colectiva de: Emilio Reato, Germán Wendell, Francisco Húngaro, Pablo Morgante y Walter Alvarez” (viernes 8/05/15 19.30hs); “Inauguración de muestras Valentina Lublin, Romina Galarza, Bonfantti, Surrúa y López Aranguren” (viernes 15/5 19hs); “Inauguración de la muestra de Piergiacomini y Morales” (viernes 22/5 19.30hs); “Inauguración de la muestra de Manu Coll Cárdenas ” (viernes 29/5 19.30hs).

entre el artista y el público que nos llevó a terminar de definir nuestro problema como la significación que los artistas le dan a las exposiciones.

Esta primera entrevista fue posible porque una de las investigadoras conocía a Marcelo a través de su familia, luego él nos acercó algunos nombres de colegas suyos con los que podíamos conversar, pero mientras esperábamos la respuesta de uno de ellos concurrimos a una nueva inauguración. Esta se trataba de una instalación y al encontrarla diferente a lo que habíamos visto hasta ahora nos pareció interesante entrevistar a una artista joven que hiciera este tipo de arte, sabiendo ahora que nuestra mirada estaba puesta en el artista. Entrevistamos entonces a Florencia, que tiene veintiséis años y además de instalaciones realiza grabado, entre otras modalidades artísticas. También da clases particulares a niños y adultos y se define como una “eterna estudiante” de la facultad de Bellas Artes. Ella también nos facilitó gente con quien contactarnos y, ya que los dos nombraron a una persona en común decidimos que era una entrevista interesante para hacer. Nos referimos a Natalia Famucchi², quien también nos había sido nombrada por las personas que trabajan en el Centro Cultural. Ella es Directora Operativa del Islas Malvinas y también tiene junto a una amiga un espacio de arte llamado Dionisia. Es periodista y se acercó al arte a través de la facultad de Bellas Artes en la cual tenía a cargo una cátedra.

Desarrollo:

1. Usos del espacio.

Para dar comienzo, haremos una descripción del espacio en cuestión. Cuando nos acercamos a una sala de exposición, encontramos una serie de cuadros dispuestos uno al lado del otro con una ficha técnica al costado de cada uno, que contiene el título de la obra, las medidas y los materiales utilizados. Por lo general, suele haber un texto poético que daba un sentido a la obra, y que forma parte de la misma, por su carácter abstracto. Junto a este, hay alguna pequeña referencia al artista. En las muestras constituidas por instalaciones, no se presenta más información que en las antes mencionadas, a pesar de su formato novedoso sólo encontramos algún texto estético y mínimas referencias a lo que allí se exponía. En principio, el uso que vemos que los visitantes podrían darle a este espacio, dado su formato, es de mera observación de lo que allí se expone, pero luego veremos que no es lo único que sucede aquí.

2 Conservamos su nombre real ya que se trata de una persona con funciones públicas, cuya información personal es de fácil acceso por su cargo en el Centro Cultural Islas Malvinas, con su previo consentimiento.

Ribotta asocia este uso del espacio a un atraso en los museos de la Argentina, en especial aquellos que exponen arte, que aún no han adoptado los formatos de la nueva museología “(...) en general se presentan como museos decimonónicos en los que aún se respira la exhibición para el entendido -el experto- en donde no se puede involucrar al lego, sin importar que ese tipo de museo y esa clase de exhibición meramente esteticista, haya quedado superada por una museología que apunta a los diferentes tipos de públicos y a un museo dinámico, educador, comunicativo, participativo e integrador.” (Ribotta, 2010: 2).

Podemos ver este carácter de exhibición en el poco interés de los visitantes de las muestras en lo que se está mostrando. En nuestras observaciones realizadas días en las que la obra no estaba siendo inaugurada, el público que consideramos ocasional recorría las salas de manera más o menos rápida y no parecía interactuar con lo exhibido, los mensajes dejados en las libretas de comentarios de cada muestra no mostraban una apreciación por el gusto o disgusto por la obra, había algunos saludos o mensajes alentadores hacia el artista. En las inauguraciones no solíamos escuchar conversaciones acerca de la obra, sino más bien algo más cercano a un olvido de que esta era el motivo de la reunión. Un ejemplo que nos parece pertinente mencionar, es el de una chica que observamos en una muestra. Al verla de espaldas y muy cerca de uno de los cuadros, asumimos que estaba mirando detenidamente el cuadro, pero al acercarnos a ella y verla de frente, notamos que en realidad estaba mirando su celular.

Las instalaciones por su parte invitaban a un recorrido diferente, tal vez entre marañas de hilos, o a través de la escucha de algún sonido por medio de auriculares, pero no vemos mayores diferencias con las demás en cuanto a la relación obra- público. Ribotta también advierte esto, “A pesar de los enormes cambios y transformaciones que las expresiones artísticas han tenido en sí mismas, esto no las ha llevado a modificar el tipo de exhibición que presentan en los museos, sino más bien todo lo contrario, se han alejado de los públicos y -prácticamente - encapsulado en un pequeño grupo de especialistas.” (Ribotta, 2010: 3)

Podemos pensar que aquello que Ribotta presenta como la causa de este comportamiento sería un factor que se juega tanto en el público conocedor como el no conocedor, pero en el caso del público conocedor éste es sólo uno de muchos intereses que desarrollaremos luego. De igual manera, no podemos restarle importancia al hecho de que el tipo de espacio en el que se realizan las exhibiciones influye en la convocatoria a un público no especializado o a uno conocedor del arte. Natalia nos plantea que hay una diferencia entre el público que visita un espacio privado y el que podemos encontrar en el Centro Cultural

Islas Malvinas “(...) a la galería habitualmente se acerca solo la persona que está interesada en ver obra. Y los amigos de los que exponen, pero... si, cambia literalmente el público. O sea, hay gente que la ves acá, allá, vas a otra obra y te la volvéis a encontrar pero... tiene otra intención el público que va a un espacio de arte privado, es porque quiere ver obra.”

Tampoco esto responde a un desinterés de los artistas por el público no especializado. Por ejemplo, Marcelo cuenta que suele mezclarse con el público que no lo conoce para escuchar los comentarios sobre su obra, y Florencia dice: “(...) a veces me mentalizo como me encantaría que lo vean, y que no lo vean en mi casa, que no lo vean sólo mi familia o mis amigos, que lo vean otras personas que no tengo ni idea quiénes son y de alguna forma como que quiero llegar”.

Parece ser que si bien la opinión del público desconocido les provoca cierta curiosidad, no es esta la más importante para ellos. Para Florencia “uno tiene que decir (...) ¿para quiénes es esto? ¿me interesa recibir una crítica después? Sea buena o mala, ¿me interesa una devolución del que lo va a ver?”. O como dice en otro momento Marcelo: “(...) Pero hay una cuestión ahí detrás que solamente otro par puede saber (...). Uno quisiera que las críticas las haga alguien, digamos, poder también captar a ese, no solamente al público en general”.

En este sentido, ya habiendo ubicado como complemento una aproximación de Pierre Bourdieu (2014: 93) en palabras de Ribotta, nos parece pertinente mencionar el concepto de Bourdieu de “Campo de producción restringida”, componente del campo de producción de bienes simbólicos, que explica en parte por qué el artista produce para un público de pares que son a su vez competidores. El campo de producción para Bourdieu está constituido, a su vez, por dos campos: el campo de producción restringida es el sistema que produce bienes simbólicos y sus instrumentos de apropiación para un público que también los produce, y el campo de la producción simbólica es la producción de bienes simbólicos destinada a no productores (“el gran público”). De la ruptura con el público de los no productores que se da en el campo de producción restringida “(...) se deriva que la constitución del campo como tal es correlativa con su cierre sobre sí mismo (...). Por un efecto de causalidad circular, el alejamiento y el aislamiento engendran el alejamiento y el aislamiento: (...) la producción cultural tiende a obedecer su propia lógica (...)” (Bourdieu, 2014: 90-91).

Respecto de lo que denomina “el gran público”, en este trabajo igualado por su función a “público ocasional”, Bourdieu los sitúa como “una amenaza a la pretensión del campo del monopolio de la consagración cultural.” (Bourdieu, 2014:92).

Por último, el autor indica la autonomía del campo de producción restringida según la jerarquía de los productores que se da por el “éxito del público” y según el grado de reconocimiento en el interior del grupo, entre la diferencia entre los principios de evaluación propios y los del “gran público” de sus producciones. (Bourdieu, 2014: 92)

1.2 Diferentes espacios.

Desarrollaremos una importante diferencia entre los espacios de exposición, pero sobre todo entre dos de ellos sumamente diferentes: la galería de arte y el museo en donde se expone arte. Estos expresan dos polos de la diversidad que existe entre todos los lugares que podemos encontrar en la ciudad. Natalia nos cuenta cuales son: *“están las galerías, que son espacios privados con objetivo de venta de obra; los espacios de arte, que son los que quieren exponer obra, como el nuestro, pero que no tiene intención de venta de obra (...); están los museos institucionales, municipales, de gobernación y nacionales, los espacios under, alternativos o indie que hay en la plata, que ya no son ni galerías ni espacios de arte, que están en la mezcla de lo que es un bar y lo que es un espacio de arte”*.

La galería de arte es un espacio sumamente importante en el circuito de la compra y venta de arte. Esto es así porque la principal función que cumple este tipo de establecimiento es la de exponer las obras de arte para que compradores interesados puedan conocerlas y elegir adquirirlas. “Dentro del comercio artístico, las galerías actúan como intermediarias entre los artistas y los compradores. Uno de sus objetivos consiste en apoyar, sostener y potenciar a los artistas (...) a través de la exposición de sus obras” (Hernández, 1998: 135). También, como dice esta autora, aunque la finalidad de las galerías sea económica, también resulta importante las características específicas de cada una de ellas, como por ejemplo, su contexto urbanístico y cultural, su proyección nacional e internacional y su ubicación geográfica. Esto último lo ampliaremos en el apartado respecto al acceso.

Los museos en cambio son “(...) instituciones permanentes en su mayoría públicas, financiados por los gobiernos, fundaciones y donantes privados, sin fines lucrativos, al servicio de la sociedad que adquiere, conserva, comunica y presenta con fines de estudio, educación y deleite, testimonios materiales del hombre y su medio”. (Ribotta 2010: 2).

También son lugares que funcionan para la difusión, tanto para las exposiciones temporales o permanentes. Desempeñan este rol “controlando de alguna manera la oferta artística y pueden intervenir activamente en la demanda mediante la adquisición de obras” (Hernandez, 1998: 144). Con esto, lo que queremos decir es que se utiliza al museo como la “vidriera” de lo que luego se puede comprar en el “negocio”, que es la galería. “Los artistas y curadores muchas veces utilizan al museo para validar la obra, esa validación luego es utilizada para ingresar en el circuito del mercado artístico y para ser introducida dentro del marketing del mismo.” (Ribotta, 2010: pág. 9)

Aunque el Centro Cultural Islas Malvinas no es un museo lo vemos más cercano a él, por su característica exhibicionista y por tener una función no comercial de sus exposiciones.

Debemos considerar que el artista siempre busca darse a conocer. Al hablar de la carrera del artista, tema que luego retomaremos, Florencia menciona: *“la persona que te dice “no me interesa exponer”, mentira. Mentira, porque el artista siempre tiene algo para decir, el artista quiere decir, el artista no habla con la pared. El artista es parte de una sociedad y es un comunicador (...)”*, y luego Natalia nos diría cómo a partir de la visita de una exposición se puede conocer el resto del trabajo de ese artista: *“(...) Después por ahí querés ver algo en el taller... o te comentan, “mira que estoy trabajando otra serie”, como otra cosa, como con otra materialidad, con otro concepto, y decís “bueno, más adelante voy a ver qué está haciendo esta persona”, esto evidencia que la principal función que cumple la exposición para el artista, ya sea, dentro de una galería o de un museo, es la de dar a conocer su obra y dar a conocer su persona. Esto no deja de lado que el artista elija a sus obras o las cree, dependiendo si va a ser expuesta en un lugar u otro. Es decir, la significación que el artista le da al espacio, también pasa por la obra que exponga en él. Cuando entrevistamos a Marcelo, nos planteó esto, de esta manera: “en el museo, hay por ejemplo pintores como Carlos Alonso, pintores argentinos. Carlos Alonso tiene una hija desaparecida y tiene pinturas muy desgarradoras con respecto a eso,(...) esa pintura está en un museo, de puta madre. Ahora, nadie va a ir a comprar (...) para ponerla en el living de la casa. Y no porque el tipo sea un mal pintor, todo lo contrario, es de los mejores. Ahora cuando Carlos Alonso hace una cosa que por ahí si toca el tema lo toca muy... o hace otra cosa, ese cuadro lo va a tener en la galería, no lo va a tener en el museo y lo va a tener para vender. El otro lo va a tener en el museo para mostrarlo, no lo va a vender nadie. Y es el mismo tipo, la misma pintura. Una cosa es la cuestión comercial y otra es todo lo demás.”*

Esto nos deja en claro, que la diferencia que se da en la galería y el museo pasa por la relación comercial que el artista elija dar a sus obras o no. En el caso que nos cuenta Marcelo, un mismo artista puede crear tanto para galería como para museo, la creación artística de galería tiene que ser atractiva al público comprador, esto, al igual que en el museo, permitirá dar a conocer al artista. En cambio, las obras que se exponen en los museos, tal vez, exigirán un grado de sensibilidad mayor a la hora de contemplarla, que caracteriza al artista.

1.3 Sociabilidad y circuito.

En el mundo del arte la sociabilidad es un elemento fundamental, en el sentido de que la obra de arte es una forma de comunicación y, además parece cumplir una función específica dentro el espacio de las exposiciones.

Como ya comenzamos a mencionar, las inauguraciones se nos presentaron como un evento social, al que no podíamos acceder por no poseer el conjunto de significaciones que se manifestaban entre las personas involucradas. Más tarde pudimos entender que esto tenía que ver con los circuitos que estaban formados. Nosotras no pensábamos en una relación entre el público entre sí sino que buscábamos una relación con la obra, y, en todo caso con el artista. Pero observamos que las relaciones de los visitantes entre ellos y con el artista tomaban un papel central en el espacio, no un mero agregado, sino que hasta podía ser más importante que la obra expuesta. Natalia lo reafirma diciendo *“Hoy no sería que la situación de arte termina en la obra, ni tampoco (...) que la obra de arte termina en el que la visualiza, sino que la obra de arte termina en el circo ese, en esa gran escena que se arma, en las inauguraciones, por ejemplo. O sea, eso es lo que hoy... pareciera que vale más que la obra”*.

Desde una primera aproximación vimos que, los participantes conversaban animadamente, constituían grupos, los desarmaban y formaban otros, pero pocas veces podíamos ver a alguien que se mantuviera en solitario sin participar de ninguna conversación. Además, todos parecían conocerse y, no sólo hablaban del evento, del horario en el que llegaron y cómo lo hicieron por ejemplo, conversaban sobre otros temas que nada tenían que ver con lo que nosotras creíamos que era propio de ese espacio. La vestimenta también hablaba de una sociabilidad, todos vestían de manera similar, en algunas inauguraciones más formalmente que en otras, pero respondiendo siempre a un estilo no deportivo ni casual, sino más bien elegante y festivo. La disposición del espacio, que incorporaba mesas con comida y bebida en los momentos de inauguración, también facilitaba la dinámica de festividad más

que la de observación de las obras exhibidas, muchas veces hasta invitaba a los potenciales espectadores a salir de la sala en dónde se encontraba la muestra.

No todas las inauguraciones que observamos fueron iguales, podríamos pensar en dos formas de inauguración. Unas eran menos formales, asistía un público más joven que se encontraba más distendido y solían tener también menos convocatoria. Los propios artistas o sus familiares llevaban el vino para brindar y alguna cosa para compartir con sus invitados. Este es el tipo de inauguración en donde encontramos a Florencia, que luego nos diría: “(...) *en el día de la inauguración. Pasa eso que va o tu familia, tus amigos, algunos de la facu que se enteraron por algún motivo (...) Entonces es como que se genera un ambiente de fiesta, donde sólo importa la fiesta y no sé si importa tanto el interés por ver la obra. Que de hecho yo también lo veo así porque yo ya estoy re podrida de ver la obra y lo único que me interesa es tomar vino y... eso por favor, es así. Entonces no sé, no te podría decir cómo es la repercusión que puede llegar a tener el día de la inauguración, es lo mismo que puedo llegar a sentir el día de mi cumpleaños*”.

El otro tipo de inauguración era más formal, los invitados asistían más elegantes y podía notarse claramente si alguna persona no se había vestido específicamente para asistir al evento. En estas inauguraciones había gente en general más adulta, o familias, no había demasiados jóvenes, y el aperitivo era proveído por un catering. A pesar de estas diferencias, Marcelo, a quién encontramos en una de estas, parece darle un sentido similar a las inauguraciones “(...) *y bueno las inauguraciones siempre son lindas, donde hay amigos, te encontrás con amigos, te encontrás con unos vinos, unos sanguchitos (...) Me interesa el evento social porque sé que me voy a encontrar con amigos y un montón de colegas y tomarnos un vino ahí en un ámbito agradable. (...) y después están los personajes... hay personajes que los ves en todas las muestras. (...) si, te encontrás con amigos, charlas (...) si, es un evento social claro. Y en realidad es el gran momento para el tipo que expone (...)*”.

Natalia, a partir de su mirada de diferentes espacios de exposiciones, encuentra también esta función de sociabilidad en el momento de la exposición. Nos comenta que siempre ve que la gente está de espaldas a la obra, que tal vez ve que alguien fue y cuando le pregunta por la exposición dice “*la vi por arriba*”, porque pasan un rato “*porque hay que estar*” y enfatiza “(...) *Tenés que estar, si estás en el circuito tenés que estar (...) a veces en algunas inauguraciones se nota mucho más el que no está que el que está*”. Ella agrega la importancia de otros actores que no son necesariamente artistas ni familiares que participan de

estos eventos *“en la semana viene todo tipo de gente. En las inauguraciones eso es frecuente acá y allá, o sea los amigos siempre acompañan. Y además son gestos entre artista a artista, irse a sus muestras. Como es gesto entre gestores, o sea, hay otras personas que tienen espacio de arte que uno las conoce y hacen actividades y vos vas también, porque sabes que la reman, que son autogestionados, porque tienen un montón de dificultades y hacen las cosas de todas maneras y entonces vos vas también, como un gesto.”*

La sociabilidad que se da en las inauguraciones juega un papel importante para ingresar a un circuito o a un lugar donde exponer. El “circuito” es un término muy nombrado por nuestros entrevistados, que le atribuyen diferentes significados. Lo que pudimos decodificar, para definirlo, es que se trata de una red social, conformada por gestores, curadores, artistas, fotógrafos, historiadores de arte, marchantes, la prensa de arte, estudiantes y profesores de arte, etc. Dentro de este, hay “subcircuitos”, que no están claramente delimitados ya que son creados por los propios artistas de acuerdo con su interacción en el circuito principal (si exponen mucho, poco, en qué galerías, etc.). Vemos que la diferencia generacional es un factor clave para delimitar los “subcircuitos”. Por ejemplo, Marcelo menciona frecuentar diferentes sitios a los que frecuenta Florencia, lo que genera que también tengan diferentes relaciones en este pequeño círculo.

Estas relaciones que se dan a través de la sociabilidad en los diferentes espacios, así mismo son las que permiten al artista acceder a exponer a ciertos lugares, Marcelo nos muestra la importancia de quienes asisten a una exposición *“(…) las posibilidades te las vas buscando, por supuesto que existe la suerte. Justo la exposición tuya la vio un tipo que no sé qué (…) Pero si vos no hacés nada no te pasa nunca.”*, a partir de su propia experiencia de haber sido contactado por un trabajo que expuso. Por esta razón no todos los artistas tienen el mismo acceso a los espacios de exposición, como dice Florencia con respecto a una galería platense llamada Siberia: *“(…) en Siberia si no sos medio hipster, freaky, o con onda estás como no sé... no sé si limitado pero te sentís a veces como medio fuera de eso (...)”*. Lo que nos muestra que la conformación de estos “subcircuitos” abre las puertas hacia algunos lugares y otros no.

2. Acceso al espacio.

2.1 Difusión- Convocatoria.

Tanto en las observaciones como en las entrevistas realizadas, pudimos notar que el tema de la convocatoria y difusión de las muestras no es menor. La primera vez que fuimos al Centro Cultural Islas Malvinas pedimos en Informes algún folleto que tuviera un cronograma de las actividades que se realizaban ahí, nos dijeron que no tenían y tampoco había una cartelera o algo similar. Más adelante, el encargado del área de música del Centro, nos comentó que la difusión de las actividades estaba a cargo de la “Dirección de Cultura” de la Municipalidad, dando a entender de este modo que la difusión no estaba bien hecha. Un problema de difusión podría tener una influencia en una limitación del público, si la información no llega a todos es más difícil que haya personas que no sean del medio que asistan a las exposiciones, y aún menos a las inauguraciones porque estas tienen un día y horario que no podrían saber aquellos que no conocen personalmente al artista.

Lo consultamos con Natalia y ella también expresó una dificultad en la difusión de las exposiciones que se realizan en el Centro Cultural: *“La Dirección de Cultura lo que le importan es que una le pase la agenda. Nosotros se la pasamos, pero habitualmente sale mal publicada, también sale mal publicada en el diario, es una cosa que están muy distraídos... no sé, están tapadas de trabajo no se que tienen. Y lo que está funcionando pero un montón son... las redes.”*, *“Por ahí se enteran más por el diario pero está mal la hora de la inauguración. La información certera es la que sale del yo, de la red (...).”*

También los artistas refieren a un especial protagonismo de las redes sociales, concretamente el Facebook por ser casi el único medio de convocatoria usado hoy en día. Florencia nombra otros medios que no logran el alcance del Facebook, para los que quizás no utilizan esta red social. Estos son el diario El Día, la radio Universidad o Provincia, y el boca en boca. Este “boca en boca” sería exclusivo de la gente “del circuito” según dice la entrevistada.

Por su parte Marcelo también nombra el boca en boca, el diario, la invitación directa del artista (también a los pertenecientes al “circuito” artístico o familiar) y habla de un método utilizado en épocas anteriores: la carta por correo postal. Establece la diferencia entre esta última y el Facebook, siendo este más eficiente por ser masivo, gratis, menos engorroso, y por tener herramientas extras como los recordatorios de los eventos. Habla de cómo utiliza esta red para mostrar algunas de sus obras y ver otras de conocidos artistas, dada la circulación de información que permite. Le da uso, según dice, para compartir sus obras pero no para interactuar a nivel personal.

Natalia, en cuanto a la difusión que realiza en su galería, expresa *“básicamente con redes, y también hacemos afiches, los colgamos, muy pocos en lugares como estratégicos, que podrían ser la facultad de Bellas Artes, Humanidades, Periodismo, y después radio. Tenemos gente que ya nos hemos hecho amigos, no amigos de vernos, pero se ve que les sirve a ellos como a nosotros, de Radio Universidad, Radio Estación Sur...”*

Para los entrevistados el tema de la difusión plantea un problema por la ineficacia en la convocatoria de las exposiciones o inauguraciones, como dice Florencia: *“Bueno, para mí eso es un tema, porque para mí la caída es que se tomó tanto el Facebook que todo pasa por Facebook (...) entonces el tema de la difusión es todo un tema”*.

2.2 Espacialidad.

El relato de nuestros entrevistados nos ha demostrado que el espacio geográfico, la ubicación de una galería o un museo, la distribución del espacio propia de estos y también los tipos de gestión, no son un detalle menor sino que las dificultades o facilidades para acceder a estos configuran una problemática en torno a dónde exponer su obra.

Se pudo notar la diferencia que se establece entre los lugares que son municipales y los privados. Centrándonos en los municipales, que son gestionados por personas designadas por la Secretaría de Cultura de la Municipalidad, vemos que las renovaciones de estos cargos se han diferenciado a lo largo de los años y han influido en el prestigio del lugar. En el Centro Cultural Islas Malvinas, la gestión anterior fue muy criticada por nuestros entrevistados que nos dijeron, casi al unísono, que redujo el nivel de calidad al Centro. El más explícito de ellos fue Marcelo, que nos dijo: *“en otras oportunidades han puesto a cualquiera (...) Depende la gestión que esté. Ha habido malas gestiones que lo han “berreteado” un poco, ahora hay una buena gestión, entonces supongo que lo prestigiará un poco. El problema es que cuando se bastardea es difícil levantarlo”*.

En los lugares que son privados las gestiones no son cargos públicos, por lo que, como nos contó Natalia, el trabajo a desarrollar es distinto, por el hecho de que en los espacios públicos se deben contemplar diferentes cuestiones, principalmente políticas, y en el que se busca otro tipo de participación y prestigio. La entrevistada nos dejaba esto en claro al hablar de su trabajo en la galería en contraposición con el que lleva a cabo en el Islas Malvinas: *“no respondemos a cuestiones políticas que acá sí... porque acá hay que poner de todo, hay que*

poner las muestras que le gustan a la señora que viene los domingos a tomar el té, las muestras de arte contemporáneo, eh... las muestras de arte más clásico”.

La cuestión de la espacialidad no solo está relacionada con su carácter público o privado, sino también con su ubicación geográfica y la accesibilidad del lugar, ya que se considera que la visibilidad de la obra es un aspecto importante para que el desarrollo de la exposición sea efectivo.

En el caso de la artista plástica, ella decía: “(...) *no es lo mismo, (...) exponer en Vincent en City Bell fuera de la ciudad, que para el que está en La Plata es todo un tema ir hasta City Bell, si no tenés auto, como decir, bueno expongo en el Malvinas que es, por ejemplo en este caso, yo sabía que en el Malvinas iba a estar predispuesta a que durante los días de semana sobre todo los fines de semana vaya gente ajena a mi circuito y eso está buenísimo, entonces como que hay (...) una cuestión de poder darse a conocer. Creo que tiene que ver con eso*”. Además, Marcelo nos comentó, con respecto a una inauguración a la que asistió en la galería de OSDE: “(...) *en el quinto piso de OSDE no pasó nadie que pasaba por ahí con la bolsa de los mandados, vio y se metió. Ahora, en lugares como Malvinas y Dardo Rocha, puede ser porque hay gente que pasa(...) me pasó de perderme la exposición de gente amiga y después no fui a verla, porque tengo que irme hasta La Plata, decir “hola señor guardia”, pasar entre las oficinas, subir por ascensor, ver el horario... son obstáculos que hacen que no vayas*”.

Otra diferencia importante que se establece, es entre la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y La Plata en cuanto al mercado del arte y al tamaño del circuito artístico. Según Marcelo es inexistente en comparación con CABA: “*a Buenos Aires no hay con que darle, porque si acá ponen una cosa en una vidriera y pasan quinientas personas por día, en Buenos Aires cinco mil, eso es innegable (...)*”. También nos comentó que si ha vendido en La Plata, ha sido por relaciones personales que ha establecido con compradores. Florencia también nota la diferencia en estos aspectos “*hay más movida, creo que hay mucha más difusión (...) hay más instituciones, más museos, más galerías (...)*”.

Sin embargo, exponer en un lugar o en otro no sólo depende de la decisión del artista, sino que el acceso de éste a los diferentes espacios depende de otros elementos como el circuito y la trayectoria.

2.3 Trayectoria.

El acceso a lugares de exposición, sean así galerías o museos, está determinado por la trayectoria del artista e implica tener un recorrido transitado, como dice Marcelo que para exponer en el MALBA (uno de los museos más conocidos de CABA), hay que tener “(...) *con qué avalarlo (...)*”, es decir ser bueno en lo que hacés, haberte ganado un lugar y poder demostrarlo.

El hecho de exponer para Marcelo es parte necesaria del camino que debe recorrer un artista. Al hablar de esto, nombra como primera experiencia, empezar exponiendo en el club del barrio, para así ir ganándose un lugar en el circuito artístico. Por otra parte, para Florencia es así pero hay un límite, que es cuando se llega a “exponer por exponer”: *mostrar tus obras en lugares que no te interesan con el único objetivo de exponer para sumar al currículum.*

A su vez las relaciones de sociabilidad que los artistas conforman y los espacios en los que exponen van conformando su trayectoria. Florencia lo explica de la siguiente forma “*Nadie te va a llamar, es uno el que tiene que ir a buscar el lugar (...) creo que la onda está en primero que vayas siempre a todas las inauguraciones, te guste o no, que te vean la cara y que te empiecen a ver.*”

Así se conforma una relación circular entre la trayectoria del artista y el acceso. Porque la trayectoria les brinda acceso a ciertos espacios, y a su vez, el acceso a estos espacios les aporta a su carrera un posicionamiento más elevado. Por esto podemos considerarlo un problema, porque si el acceso a ciertos lugares, que se consideran prestigiosos, está limitado, la trayectoria del artista estará condicionada.

Estas cuestiones nos dan pie a establecer una relación entre el acceso a diferentes lugares consagrados y la trayectoria personal del artista. Por otra parte, esta última se relaciona con el llamado mercado del arte, cuyas características y componentes desarrollaremos a continuación. La relación entre estos dos componentes la establecemos en cuanto al sustento económico que utilizan para vivir.

3. Mercado del Arte.

Acotándonos a los casos investigados, una característica de ambos artistas plásticos entrevistados es el hecho de dar clases para completar su ingreso económico. Consideramos el trabajo de los artistas, fuera de lo que es la venta de sus obras, como un trabajo complementario para hacer más sustentable su ingreso económico y tal vez, tener un ingreso

fijo. No creemos que esto entraría dentro del concepto del mercado del arte, ya que no es la compra ni la venta de las obras, sino el desarrollar la enseñanza.

Además, Marcelo nos contó que en más de un momento de su carrera ha mantenido relaciones con galerías, vendiéndoles sus obras. Estos arreglos le permitieron mantener una entrada económica fija, y como consecuencia de esto, logró comenzar a trabajar solo porque ya había generado una red de contactos.: *“Me invitaron una vez a exponer en el MACLA, esa muestra la vio un tipo que estaba montando una galería en Miami, se contactó conmigo y empezamos a trabajar, me empezaron a comprar la obra. Y después de ahí empecé a trabajar con una galería en Buenos Aires, la misma situación. Y ahora estoy trabajando libre, solo, porque ya más o menos hay gente que me conoce.”*. Así, Marcelo posiciona la venta como una consecuencia del camino y la trayectoria.

Podemos definir el mercado del arte como un mecanismo a través del cual las obras de arte entran a formar parte del circuito comercial como cualquier otro bien de consumo, “(...) se ha llegado a considerar la obra de arte como un valor económico y monetario, comparativamente igual a cualquiera de los valores de activos reales y financieros.”(Hernández,1998: 130), como dice esta autora esto se debe a la gran oferta de arte que se vive hoy en día en comparación a otros períodos históricos. Esta comercialización se está convirtiendo en un verdadero proceso social que colabora en la creación de verdaderos valores socio-culturales (Acha, 1984: 94).

Frente a la pregunta de qué le da valor a la obra, Marcelo respondió sin dudar que el mercado es lo que determina el valor. Que, aún si la autoestima del artista pudiera fijar el precio, él no es quien puede definirlo *“(...) pero en definitiva la obra vale si la puedes vender. Aunque tenga otro valor para los estudiosos y para los museos y qué sé yo, estamos hablando del valor del mercado, el valor monetario. Es otra historia esa.”*

La particularidad del mercado del arte radica en que la relación entre valor de uso y valor de cambio de los productos es algo peculiar, “(...) el sistema capitalista ha generado medidas y mecanismos para crear esas necesidades a las cuales establece valores de cambio basados en la especulación, ya que en realidad esas necesidades no son existentes” (Lugo, 2000: 2). Esto indica que la obra de arte no cubre una necesidad vital humana, pero a pesar de ello es una de las cosas que más se valorizan en el mercado, producto del proceso de especulación al que son sometidas las obras de arte. Esto agrega a los dos anteriores, un nuevo valor, que es el simbólico.

3.2 El mercado y el artista.

“Una cosa es el centro cultural, un museo, y otra la galería. Lo que pasa es que como el producto es el mismo uno tiende a confundirse, pero el galerista es un comerciante, está comerciando arte. (...) Entonces la obra puede ser buena o mala pero lo que a ellos les interesa es que esa obra se venda.” (Entrevista a Marcelo).

Es importante destacar la relación que algunos directores de galerías mantienen con los artistas, interviniendo incluso en el proceso de creación de las obras (Bernier, 1993). Marcelo explica que la relación que él mantuvo con una galería en la que expuso difería al manejo que tienen las galerías con la obra del artista en general: *“yo pintaba y entregaba mis trabajos a la galería. (...) Ellos me compraban la obra y después la vendían. (...) yo tenía exclusividad con ellos y ellos me compraban la obra, pero con esa condición. Pero ese no es el trato habitual, el trato habitual es que vos entregás la obra en consignación.”*

El comercio de la obra tiene que ver con el interés del propio artista. Florencia ve que existe una cuestión generacional, en la que el consumismo y el mercado del arte absorbe los intereses de los artistas más jóvenes, dentro de los que ella se incluye pero en este sentido, a su vez, se aparta: *“(...) puedo considerarlo como un problema, sobre todo para los artistas de ahora y los que somos medio pendejos, que es la cuestión de la ansiedad como al tiempo y el consumo, al mercado del arte. Que es esa cosa como si no vendés, no sos nadie. (...) muchos están en esa cosa de quiero vender, quiero vender... pero, ¿a quién le querés vender? Tu obra está hablando de vos (...) El punto es que pierdas digamos el sentido de qué artista querés ser. Si querés ser artista de mercado, bueno, buenísimo”* Respecto de su propia experiencia, argumenta que ella no puede vivir del arte, que le gustaría vender, que ha vendido, pero que si solo establece como objetivo la venta, deja de ser una artista íntegra. Podemos notar cierta contradicción en su visión sobre la venta y la rentabilidad del arte.

La relación entre el artista y el mercado entonces está determinada por la propia identidad y los intereses del artista. Este puede posicionarse en un lugar de hacer obras exclusivamente para venderlas o en otro extremo, como dice Lugo, puede ser un transgresor del mercado. Este autor plantea que la finalidad de la creación artística es el propio artista, por eso *“(...) si la finalidad del arte es influir en la vida cotidiana de las personas, ser una ilusión sobre otras posibilidades, la generación de cosas nuevas, de alternativas y una plausible utopía, ¿Cómo pretendemos conseguir esto si continuamos con una mentalidad comercial que sólo busca el interés personal y comercial?”* (Lugo, 2000: 7).

Conclusión.

¿Por qué exponen los artistas? A lo largo de nuestro trabajo encontramos que esta pregunta no tiene una única respuesta, sino que las exposiciones son un espacio cargado de diferentes significaciones. Estos sentidos que los artistas le dan a la exposición están atravesados por diversos factores que fuimos desarrollando.

Las formas en las que se utiliza el espacio de exposición refleja que en ellas los artistas no sólo tienen intención de mostrar la obra, sino que aparecen muchos otros intereses como: la legitimación de esta por parte de otros artistas; la publicidad para la venta; el mostrar un trabajo para que los demás sepan en que está trabajando y sobre otros proyectos que está llevando a cabo; la proyección de nuevos caminos; el reconocimiento como artistas; la comunicación de un mensaje a un público específico; la formación de una trayectoria; el acceso a lugares más prestigiosos para exponer; la búsqueda de oportunidades para poder vivir del arte; etc.

En las inauguraciones específicamente podemos ver como su disposición espacial invita a la sociabilidad y distrae a los potenciales espectadores de la obra. Allí se conforma un espacio festivo (tanto en las inauguraciones más formales como en las más informales), en el que aparecen diversos actores que tienen que ver con ese mundo del arte y otros que no, por lo que sus valoraciones tienen diferente importancia para el artista. Descubrimos de esta forma que es relevante en el uso que se le da a la exposición, si el interés del artista es exhibir su obra para los conocedores del arte o para el público desconocedor. La mayor participación del público que no pertenece al ambiente estará determinada por la espacialidad de donde se expone, su carácter público o privado y la difusión que se hace de la misma.

Los intereses de los artistas y el fin que le atribuyen a la obra también se muestran en los espacios elegidos por estos para exponer. Así, algunos preferirán exponer en galerías, para ingresar al mercado del arte y otros lo harán en museos o en centros culturales, como una manera de hacer visibles sus trabajos, tanto para el circuito artístico como para el círculo íntimo. Esto es parte de la identidad del artista mismo, de la trayectoria que pretende formar, y cómo planea llevarla a cabo. La trayectoria del artista se va conformando por la cantidad de exposiciones realizadas, los diferentes espacios a los que tiene acceso y el reconocimiento de

sus pares. A su vez, estos factores están condicionados por el camino que el artista haya recorrido, tomando así un carácter circular.

De todos estos elementos podemos afirmar que las exposiciones son una parte necesaria de la carrera de los artistas y, además, que las formas en las que estas se desarrollen realizan la identidad de cada uno. En otras palabras, queremos decir que los usos y el fin que los artistas le atribuyen a las exposiciones que realizan es lo que irá formando la clase de artistas que son y que quieren ser ¿Podríamos decir entonces que los artistas exponen para conformar su identidad, tanto individual como colectiva?

Bibliografía:

- Armañanzas, E. 1993 “Valor estético y valor económico de la obra de arte”, Kalías, año V, n.º 10 146-152, Valencia.
- Bourdieu, Pierre. 2014. “El Mercado de los bienes simbólicos”. Pp 85-153 en: El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura. Siglo veintiuno. Buenos Aires.
- Gold, Raymond L. (1958). Roles in sociological Field Observations. 3: 217-223. En “Social Forces”. XXXVI.
- Lugo, Pablo Ángel. 2000. “Transgredir el mercado del arte. Posibilidades de subsistencia para artistas en el mundo capitalista.” Disponible en: https://www.academia.edu/5572966/Transgredir_el_mercado_del_arte_Posibilidades_de_subsistencia_para_artistas_en_el_mundo_capitalista
- Hernandez Hernandez, Francisca. 1998. “El mercado del arte” pp 128-142 en: “El museo como espacio de comunicación”. Trea, Asturias.
- Ribotta, E. (2010). “Exponer el arte en los museos: encuentros y desencuentros”. En: *Contiendas*. Vol I. Pp 27-37. Instituto Binacional de Arte Contemporáneo y Espacio Público.
- Cousillas, Ana. Los estudios de visitantes a museos. “Fundamentos generales y principales tendencias”. En <http://www.naya.org.ar/articulos/museología02.htm>